

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R., & Rufial. (2022). *Pengaruh Lokasi Usaha, Daya Tarik Pesaing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Mie Ayam Bakso I Love You Di Kabupaten Tangerang*. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Aditty, A. P. (2024). *Kebijakan Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB) dalam Transisi Energi di Indonesia*. https://www.researchgate.net/publication/377116565_Kebijakan_Kendaraan_Bermotor_Listrik_Berbasis_Baterai_KBLBB_dalam_Transisi_Energi_di_Indonesia
- Agung, R. A. K., Kurniawan Antonius Philipus, & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 19–31. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/NianTanaSikka/article/download/22/28>
- Aisyah, A., Fitri, A., & Syahbudin, F. (2021). Analysis of the Effect of Price and Product Reviews on Online Purchase Decisions Through Shopee in the Midst of the Covid-19 Pandemic (A Case Study: Shopee Consumers in Banjarnegara Regency, Central Java). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 16–45. <https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.282>
- Aripin, Z., Aristanto, E., Made, N., & Pynatih, N. (2023). Will Doing a Lot of Promotions Help Increase Image and Consumer Appeal? *Journal of Economics, Accounting, Business, Management, Engineering and Society*, 1(1). <https://kisainstitute.com/index.php/kisainstitute/article/view/3>
- Asma Amanina, A., & Ahmad Khatami, N. (2022). Analysis of Determining Factory Location of PT. Wings Surya Bangkalan Branch. *JDBIM (Journal of Digital Business and Innovation Management)*, 1(2), 168–176. <https://doi.org/10.1234/jdbim.v1i2.50510>
- Attahariq, A. J., Puspitasari, D., Panjaitan, R., & Anomsari, A. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Peran Insentif Pemerintah, dan Ketersediaan Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik Kota Semarang. *JURNAL MANAJEMEN SOSIAL EKONOMI (DINAMIKA)*, 4, 9–23. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika>
- Azzaharah, F., Nasrul, & Panjaitan, F. A. B. K. (2025). *Analisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Penjualan pada Rumah Makan Kampung Bakau Kota Kendari*. 2(1), 770–775. <https://homanis.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/168>

- Bahwiyanti, J., Syari, S., & Rahman, A. (2024). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Produk Daihatsu oleh PT Tri Mandiri Selaras di Batulicin, Kabupaten Tanah Bumbu. *JIEB : JURNAL ILMIAH EKONOMO BISNIS*, 5, 244–260.
<http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Barutu, E., Siahaan D. Fedita, Simanjuntak, S. K., & Sibarani, J. H. (2022). The Effect of Price, Product, and Service on Online Shop Service User Satisfaction. *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 125.
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/jrbm/index>
- Bondarenko, V., & Vyshnivska, B. (2023). Promotional Marketing as a Method of Increasing Sales. *Three Seas Economic Journal*, 4(2), 21–28.
<https://doi.org/10.30525/2661-5150/2023-2-3>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). *Kualitas Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian melalui Tokopedia)* (Vol. 15, Number 3).
<https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JEM/article/download/7368/4328>
- Chukwudi, O. J., & Aljounaidi, A. (2021). The Influence of Promotional Activities on the Success of Retail Business: A critical review. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 134–161.
<https://doi.org/10.51386/25815946/ijms-v4i3p113>
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1).
<https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477>
- Dewindaru, D., Syukri, A., Maryono, R. A., & Yunus, U. (2022). Millennial customer response on social-media marketing effort, brand image, and brand awareness of a conventional bank in Indonesia. *Linguistics and Culture Review*, 6, 397–412. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6ns1.2068>
- Ditania, Siahainenia, A., & Matuankotta, F. (2024). Analisa Peramalan Jumlah Produksi Batako Pada Usaha Batako Papa Press Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3, 365–374. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JAT/article/view/2866/1294>
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Mawar Balimbing. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 53–60. <https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist>

- Fadhlillah, M., Azijah, D. N., & Sugiarti, C. (2022). Menelaah Peran Bina Marga dalam Meningkatkan Penerangan Jalan Publik. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(4), 126–134. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6357884>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Mahawani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Wari, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Y. Novita & M. Hum, Eds.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. www.globaleksekufteknologi.co.id
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2026). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil. *Management Insight*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Habib, A. K. M. A., Hasan, M. K., Mahmud, M., Motakabber, S. M. A., Ibrahimya, M. I., & Islam, S. (2021). A review: Energy storage system and balancing circuits for electric vehicle application. In *IET Power Electronics* (Vol. 14, Number 1, pp. 1–13). John Wiley and Sons Inc. <https://doi.org/10.1049/pel2.12013>
- Hanafiah, H. (2023). International Journal of Multidisciplinary Research and Literature LITERATURE REVIEW THE EXISTENCE OF MARKETING PRODUCTS. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature IJOMRAL*, 2(3), 241–360. <https://doi.org/10.53067/ijomral.v2i3>
- Hanum, F., Ritonga, Z., & Rambe, B. H. (2021). The Effect of Business Location on Sales Results in the Traditional Market. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 4, Number 1).
- Harita, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di UD Rendah Hati Kecamatan Telukdalam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5, 125–132. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim>
- Hasibuan, Z., Syahputri, N., Zaky Hamtheldy, R., & Ramadhan, A. (2022). Pentingnya Mengembangkan Produk dan Keputusan Merek dalam Pemasaran Global. *JOSR: Journal of Social Research Maret*, 2022(4), 261–267. <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Imanudin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di PT Citra Makmur Sejahtera. *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN*, 20(2), 54–63. <https://jurnal.inaba.ac.id/index.php/JIM/article/download/378/200>

- Jamlean, S., Saleky, S. R. J., & Pattipeilohy, V. R. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1), 151–157. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JAT/article/view/1786>
- Lubis, A., & Ramadanti, S. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Smartphone OPPO di Batam (Studi Kasus pada Mal Nagoya Batam). *Jurnal Manajemen Diversitas*, 3(1), 14–32. <https://ejournal-jayabaya.id/Manajemen-Diversitas>
- Munarsih, & Pratama, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Indomarco Prismatama Cabang Kemiri Raya Kota Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2(1), 49–64. <https://doi.org/10.53067/ijebe>
- Mutianisa, R., & Cahyani, R. R. (2024). Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas Dan Digital*, 1(2), 10–17. <https://doi.org/10.61132/jukerdi.v1i2.71>
- Ningrum, Puri, L. M., & Ratnasari, E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research (JSR)*, 1, 394–403. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jsr/article/view/1067>
- Nurhayaty, M., Martadinata, J. R. E., 150, N., Ciamis, K., & Barat, J. (2022). *Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis*.
- Olexova, V., & Chlebkova, D. (2021). Tools of product policy as part of business marketing in the conditions of globalization. *SHS Web of Conferences*, 92, 02048. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219202048>
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 55–66. <https://journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrj/article/download/151/109>
- Pasaribu, S. S. M., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Dan Koi The di Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2), 2023. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/20>
- Patonah, I., Sambella, M., & Az-Zahra, S. M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Kombinasi (Mix Method). *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(3), 5378–5392. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/11671/4940>

- Perdana, F. A. (2021). Baterai Lithium. *INKUIRI: Jurnal Pendidikan IPA*, 9(2), 113. <https://doi.org/10.20961/inkuiri.v9i2.50082>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Purbobastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen INDOMARET. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/download/2707/1734>
- Putra, K. R. A., Landra, N., & Puspitawati, N. M. D. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja dan Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada LPD Se-Kecamatan Tabanan. *Jurnal EMAS*, 126–137. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/download/4268/3309/9831>
- Qibtiyana, M., & Ali, H. (2024). *Marketing Mix Implementation on Sales Levels*. 5(5). <https://doi.org/10.31933/dijms.v5i4>
- Rahmadini, D. D., & Masnita, Y. (2024). Consumer Response to Live Streaming Shopping using the Stimulus, Organism and Response (SOR) Method Approach. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 203–212. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750>
- Rahmawati, A., Halimah, N., Karmawan, K., & Setiawan, A. A. (2024). Optimalisasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Field Research Melalui Pelatihan Berbasis Participatory Action Research Pada Mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2), 135–142. <https://doi.org/10.37640/japd.v4i2.2100>
- Raihan, A., Muhtasim, D. A., Pavel, M. I., Faruk, O., & Rahman, M. (2022). An econometric analysis of the potential emission reduction components in Indonesia. *Cleaner Production Letters*, 3. <https://doi.org/10.1016/j.clpl.2022.100008>
- Rijal Fadli, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Risnita, Sofwatillah, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>
- Rojas, O. E., & Khan, M. A. (2022). A review on electrical and mechanical performance parameters in lithium-ion battery packs. In *Journal of Cleaner*

Production (Vol. 378). Elsevier Ltd.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134381>

Romdona, S., Senja Junista, S., & Gunawan, A. (2024). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara, dan Kuesioner. *JISOSEPOL : JURNAL ILMU SOSIAL EKONOMI DAN POLITIK*, 3(1), 39–47.
<https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>

Rosiana, D., & Cahyani, R. R. (2024). Strategi Pemilihan Lokasi Usaha Yang Optimal Dan Strategis Untuk Keberhasilan Bisnis Bagi Para Perintis Usaha. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital (JIMaKeBiDi)*, 1(2), 114–121.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i2.80>

Salsabilla, F., & Fasa, I. M. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *JICN : Jurnal Instelek dan Cendikiawan Nusantara*, 1(5), 7705–7711. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>

Samudra, G. W., & Wijayanto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Karimun Wagon R di CV Garuda Perkasa Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 984–993.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/30142>

Saputri, N., Jubaidah, S., & Ansyori, A. K. (2023). Analysis of Consumer Responses to Marketing Mix Strategy at Fajar Farma Pharmacy Samarinda. *AL ULUM: JURNAL SAINS DAN TEKNOLOGI*, 9(1), 27.
<https://doi.org/10.31602/jst.v9i1.10072>

Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pelanggan Produk Sprei Rise). *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1573>

Sidauruk, I. Y., Aqmala, D. E., Haziroh, A. L., & Ulfa, A. K. (2024). Peran Kualitas Produk, Harga, Influencer Marketing dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 10523–10534.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/31102/21384/104672>

Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>

Sudjoko, C. (2021). Strategi Pemanfaatan Kendaraan Listrik Berkelanjutan Sebagai Solusi Untuk Mengurangi Emisi Karbon. *Jurnal Paradigma : Jurnal*

- Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 2(2), 54–68.
<https://journal.ugm.ac.id/paradigma/article/view/70354/pdf>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research*, 110–116.
<https://iicls.org/index.php/jer/article/view/238/195>
- Syafranita, N., Asnawi, M., & Firah, A. (2022). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV.Syabani di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31–40.
<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jubisco/article/viewFile/3348/2210>
- Szabo, L., Iulia, V., Iulia, V., & Loránd, S. (2022). A Brief History of Electric Vehicles. *Journal of Computer Science and Control Systems*, 15, 19–26.
<https://www.researchgate.net/publication/363520342>
- Tangkudung, A. G. (2024). *Jejak Sejarah Mobil Listrik di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/4487>
- Tobing, N., Hoesin, W., & Subagja, I. K. (2022). The Effect of Promotion and Service Quality on Purchase Decisions Through Purchase Interest on Grabfood Application in East Jakarta. *International Journal of Business and Social Science Research*, 25–33. <https://doi.org/10.47742/ijbssr.v3n10p3>
- Tolan, M. S., Frendy, A. O. P., & Puniundoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). In *Productivity* (Vol. 2, Number 5).
- Triyono, S. A., Borman, S. M., Sidarta, D. D., & Handayati, N. (2024). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Produk Elektronik dalam Undang Undang. *COURT REVIEW: Jurnal Penelitian Hukum*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.69957/cr.v4i01.1490>
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 183–195.
<https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>
- Ultavia, A. B., Jannati, P., & Malahati, F. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian sebagai Metodologi. In *Jurnal Pendidikan Dasar* (Vol. 11, Number 2).
<https://jurnalstkipmelawi.ac.id/index.php/JPD/article/view/902/pdf>

Wardiman, I. G. (2022). Pengaruh Marketing Mix (4P) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JURNAL VALUE : Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 17(2), 88–101. <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/2787/1695>

Yulistria, R., Putri Handayani, E., Hidayat Susilowati, I., Aulia, S., & Bina Sarana Informatika, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *JURNAL SWABUMI*, 11(1), 2023.

Zaidulloh, F., Ahsan, F. D., Hanifuddin, H., Hartanto, T., Purwanti, D., & Ma'aruf Syaiful. (2025). Macrovia: Jurnal Ekonomi Syariah Analisis 7P (Marketing Mix Syariah/Bauran Pemasaran Syariah) pada Produk Keripik Pisang Lestari Arjosari. *MACROVIA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 39–56. <https://ejournal.stainumadiun.ac.id/index.php/macrovia>

Zulmi, M. R., Bakkareng, & Tiffani. (2019). Pengaruh Strategi Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Avanza pada PT Auto 2000 Cabang Khatib Sulaiman di Padang. *JM*, 1(2), 119–132. <https://www.ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/21/18>

